



CONTEXTO SOCIAL E INTERÉS POR EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN LA REGIÓN DE MURCIA

RESUMEN EJECUTIVO
CASO REPSOL



Fundación
REPSOL

ANTECEDENTES

Desde Fundación Repsol, en su compromiso de contribuir al bienestar de la sociedad, mejorar la calidad de vida de las personas y lograr un mayor desarrollo social, se ha llevado a cabo en 2018 un estudio para profundizar en las necesidades sociales de la Región de Murcia, así como en las inquietudes sociales y expectativas que los empleados y empleadas de los distintos negocios de Repsol en la provincia tienen con respecto a su apoyo y colaboración en diferentes proyectos sociales.

En la Región de Murcia, Repsol está presente con el Complejo Industrial de Cartagena, la mayor inversión industrial de España. Actualmente, Cartagena es una instalación moderna y figura entre las más eficientes de Europa, desde el punto de vista energético y medioambiental. Las instalaciones son el reflejo de las últimas y más avanzadas tecnologías del mundo del refinado para las actividades operativas, de control y detección. Todo esto la convierte en una refinería de referencia en sostenibilidad, seguridad y calidad de productos.

El voluntariado corporativo es una herramienta cada vez más reconocida para la gestión de las relaciones comunitarias y para canalizar las inquietudes sociales de los empleados, creando vínculos con su entorno, a través de su contribución a la resolución de los retos locales y el contacto con el territorio.

Consciente de ello, Fundación Repsol apuesta, desde 2011, por el voluntariado corporativo, abriendo su programa no solo a la participación de los empleados de la Compañía, sino también a sus clientes, accionistas, proveedores y cualquier persona interesada que comparta los valores de la Fundación.

Por este motivo, se ha desarrollado el presente estudio, con la colaboración de la consultora Voluntariado y Estrategia, con los siguientes objetivos:

- **Análisis del entorno social y asociativo de la Región de Murcia**, desde la perspectiva de la convergencia con el voluntariado corporativo.

- **Análisis de las expectativas e inquietudes sociales de los empleados de Repsol** en dicha provincia de cara a su participación y colaboración en acciones locales de voluntariado.
- **Diseño de un Plan de Acción**, a partir de las conclusiones vertidas por el estudio con el fin de alinear las iniciativas de voluntariado corporativo impulsadas por Fundación Repsol en la Región de Murcia con las necesidades sociales del entorno y las inquietudes y expectativas de los empleados de Repsol en el ámbito social.

CONTEXTO SOCIAL E INTERÉS POR EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN LA REGIÓN DE MURCIA

El Estudio sobre el contexto social e interés por el voluntario corporativo en la Región de Murcia ha perfilado una región con las siguientes características:

Con 1.474.071 habitantes en junio de 2017 y tendencia decreciente, Murcia es la región más joven de España, con un índice de envejecimiento¹ del 98,86 frente al 145,34 nacional. Dicho esto, sufre también un índice de recambio² del 88,64, frente al 116,25 español, que no garantiza el mantenimiento a largo plazo del porcentaje de población activa.

En 2016 **Murcia era una región pobre**, con un PIB per cápita de 19.411€, un paro del 20,22% y un 34,8% de la población en riesgo de pobreza. Ocupaba el cuarto puesto de las comunidades autónomas más pobres de España, 6,9 puntos porcentuales por encima de la media nacional. Las principales carencias de los hogares murcianos son: no poder disfrutar de al menos una semana de vacaciones al año (imposible para el 50,4%); hacer frente a gastos imprevistos (48% de los hogares) y mantener la vivienda a una temperatura adecuada, inaccesible para el 20,2% de la población, el doble de la media nacional.

También hay que destacar que la tasa de abandono escolar temprano en la Región de Murcia se situó en el 2016 en el 26,4%. Esta cifra se refiere al porcentaje de población comprendida entre los 18 y 24 años que no había completado el nivel de Educación Secundaria en la 2ª etapa (Bachillerato o Formación Profesional de Grado Medio) y que, además, no seguía ningún tipo de educación-formación. **Este porcentaje sitúa a la Región de Murcia como la segunda en tasa de abandono escolar más alta, solo por detrás de Islas Baleares (26,8%)** y muy por encima de la media de abandono escolar en España (19%).

¹ Se define como el porcentaje que representa la población mayor de 64 años sobre la población menor de 16 años a 1 de enero del año t.

² Relación entre la población de 60 a 64 años y la población de 15 a 19 años.

Por otro lado, la Región de Murcia es **la tercera con más población con discapacidad** reconocida superior al 33%: un 10,92%, cuatro puntos más que la media española.

La **violencia de género constituye otra de las peculiaridades de la región**, con una ratio de más de 20 víctimas de violencia de género por cada 10.000 mujeres, una de las más elevadas del país junto a la Comunidad Valenciana y Canarias y solo inferior a la registrada en Baleares (20,9).

Estos indicadores marcan las necesidades y demandas de apoyo más urgentes por parte de la población murciana.

En cuanto al **contexto del voluntariado** en 2016, en España, **el 38,1% de la población declaraba colaborar con las ONG**: un 28,8% solo mediante aportaciones económicas; un 9,3%, solo en el voluntariado y un 3,86%, económicamente y a través del voluntariado. En general, **colaboran más las mujeres que los hombres y las personas con menos de 45 años; pero lo más notable es la importancia de los niveles socioeconómicos y educativos que siempre cursan a favor de todos los tipos de colaboración**.

Muy importante para el presente estudio es que el **32% de las personas actualmente no voluntarias a nivel nacional sí tienen interés en serlo**. Con un cálculo aproximado sobre el total de la población mayor de 14 años en 2016, este dato representa unos 11 millones y medio de personas que quisiera realizar voluntariado pero de momento no lo hace. Un gran potencial que revela la importancia de acercar el voluntariado a la ciudadanía. También es destacable el elevado porcentaje (26%) de indecisos (No Sabe/No Contesta) entre el grupo de los empleados, donde las empresas pueden jugar un rol significativo compartiendo, informando y fomentando el voluntariado.

En 2015, **la Región de Murcia cuenta con un 43,8% de ciudadanos mayores de 14 años con interés en invertir su tiempo en ayudar a colectivos con determinadas necesidades sociales** o a mejorar diferentes aspectos de la sociedad o del entorno en el que viven. Es la segunda región con más interés, tras

Extremadura. Otro dato interesante es que el 81,6% de los murcianos considera que el voluntariado ayuda a construir una sociedad más justa, un dato ligeramente superior a la media española.

Se pone de manifiesto la notable diferencia entre la cifra de personas que participan como voluntarias y la de las que tienen interés en serlo. Si analizamos las razones que pueden explicar esta divergencia, en primer lugar encontramos que **solo un 52% de la población considera que sea fácil hacer voluntariado**. En cuanto a las principales dificultades alegadas, se destacan:

- la principal es la **falta de tiempo, mencionada por un 17,5%** de los encuestados,
- seguida por la **falta de información con un 14,4%** y
- los **complejos requisitos por parte de las ONG, con un 13,4%**.

La falta de tiempo es quizás la barrera más complicada de superar. Aunque se pueden promover, como indica la Ley Estatal de Voluntariado 45/2015, medidas de conciliación y flexibilidad. Por otro lado, se puede paliar con eficacia la falta de información, a partir del trabajo de los gestores de voluntariado corporativo en las empresas y del voluntariado en universidades, proporcionando una información clara y completa sobre las distintas iniciativas de voluntariado. También se puede reducir la complejidad de los requisitos gestionando directamente su participación en dichas iniciativas y simplificando así, de forma muy significativa, los procesos.

Entrando en el contenido del voluntariado realizado y el ámbito de actuación, el mayor peso de la acción voluntaria está en el voluntariado social. Ese ámbito es el que agrupa más personas voluntarias (53,3%) y el más atractivo para quienes aún no forman parte del voluntariado (elegido por el 58,3%).

Otro dato muy positivo para este estudio es que el grado de satisfacción respecto al voluntariado es muy alto, tanto en cuanto a la propia acción (83,9%) como

respecto a la entidad de la que son voluntarios (79,6%). De la misma forma, el voluntariado despierta mucha o bastante confianza en el 73,5% de la población, aún más entre las personas más jóvenes, estudiantes y con niveles educativos altos.

Otros factores interesantes de cara a tendencias futuras son los fenómenos del voluntariado universitario y el voluntariado promovido por las empresas, y su “oficialización” por parte de la nueva Ley de Voluntariado 45/2015.

Son tendencias en fuerte expansión: durante el curso 2015/2016 se ha incrementado un 62% el número de proyectos de voluntariado emprendidos por las universidades españolas en comparación con el año anterior. Y, según revela un estudio realizado en 2015, el 79% de las 77 empresas promueven el voluntariado corporativo, con una participación del 10,7% de los empleados/as.

También son tendencias destinadas a retroalimentarse recíprocamente, ya que los universitarios voluntarios esperarán que sus empleadores les ofrezcan un programa de voluntariado, así que podemos deducir una evolución positiva del peso de estos nuevos actores en el ámbito del voluntariado.

Pese a que algunos de estos conceptos no se recogen en la legislación autonómica de la Región de Murcia, se puede afirmar que, en general, las entidades sociales sí están familiarizadas con ellos y abiertas a integrarlos. Dicho esto, **la Ley de Voluntariado 5/2004 de la Región de Murcia, se caracteriza por contar con una visión amplia del voluntariado**, incorporando en su definición a cualquier acción positiva con incidencia social que cumpla unas determinadas condiciones. Dicha ley, también promueve medidas de fomento y reconocimiento del voluntariado con bonificaciones y reducciones que efectivamente se implementaron años atrás, aunque el carnet de voluntario que permitía acceder a los beneficios mencionados haya desaparecido a día de hoy.

En cuanto **voluntariado corporativo en general, se puede considerar que las entidades sociales lo conocen, aunque su experiencia sea principalmente con actividades puntuales masivas, en fines de semanas o en horario laboral,**

que no coincide con las verdaderas necesidades de las ONG. Se percibe una notable aceptación y apertura, pero se desconoce el valor añadido que les puede reportar a través de proyectos de voluntariado profesional u otras actuaciones de mayor compromiso e impacto que las iniciativas más puntuales. Por otra parte, cabe destacar que sí reconocen su potencial en cuanto a su capacidad de sensibilización de la población.

Por su parte, los **Voluntarios y Voluntarias Repsol de la Región de Murcia** consideran el paro una de las principales problemáticas sociales actuales en su entorno, mencionado por el 60% de las personas que respondieron a la pregunta.

En cuanto a los empleados que han participado en el estudio, a través de una encuesta, todos ellos están registrados en el Portal de Voluntariado Repsol, pero un 40% de ellos todavía no había participado en ninguna actividad con Fundación Repsol, aunque un 15% sí había realizado actividades a título particular. Todos ellos muestran una clara preferencia hacia actividades de voluntariado de tipo técnico o educativo. No se detecta preferencia por ningún colectivo en particular, aunque el que resulta menos atractivo es el colectivo inmigrante, que solo ha recibido tres menciones. En cuanto a la franja de edad de los beneficiarios, quieren enfocarse a personas en edad adolescente.

De las personas que participaron en actividades de Voluntariado Repsol, todas las consideran cómo mínimo satisfactorias, con una preponderancia de “Muy buenas” (63,64%).

En resumen, se puede concluir que el voluntariado corporativo, tal como está planteado en el momento de realización de este estudio, es atractivo para los voluntarios que han participado en alguna de las iniciativas de Fundación Repsol organizadas en la Región de Murcia. Lo consideran “más bien transformador y no asistencialista”, así como “bien organizado” y “fácil para la participación”.

Las principales barreras expresadas por los participantes en la encuesta son muy similares a las que se refieren a nivel nacional en el estudio de la Plataforma del Voluntariado de España. Destaca la falta de tiempo, incompatibilidad con el

horario laboral, el desconocimiento de lo que es ser voluntario y la ausencia de respaldo por parte de la empresa, en lo que se refiere a facilitar su participación en este tipo de proyectos.

Para motivar y acercar más personas al voluntariado, los participantes en la encuesta sugieren ofrecer actividades también fuera del horario laboral. También, mejorar la comunicación del Plan de Voluntariado Repsol, en coordinación con los complejos industriales y con sus asociaciones culturales recreativas. Se constata un gran atractivo de las actividades de tipo no técnico, abiertas a todos y a la participación de sus familias. Finalmente, se propone desarrollar una cultura corporativa de respaldo y apoyo al voluntariado y a los voluntarios.

RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

Estrategia

- Fomentar una **cultura corporativa que apoye y respalde en voluntariado** a todos los niveles. Es muy importante que los voluntarios corporativos perciban su labor solidaria como algo positivo y valorado por la Compañía.

Para tal fin, se recomienda estructurar los objetivos subyacentes a la apuesta de Fundación Repsol por el voluntariado corporativo y organizar una serie de encuentros con la cúpula directiva. Y, a continuación, con los mandos intermedios, con el fin de transmitir estos valores y su importancia para la Compañía.

- **Establecer un procedimiento único y compartido para solicitar y justificar las horas laborales para participar en actividades de voluntariado.** En la fecha de realización de este estudio, coexisten varios procedimientos informales, a discreción de los voluntarios y sus superiores, lo que dificulta la participación en muchos casos, y más aún, para el personal de turnos.
- Crear un **sistema de reconocimiento a los voluntarios por parte de los directivos y mandos intermedios.** Este reconocimiento, aparte motivar a los voluntarios, ayudaría a crear una cultura corporativa favorable al voluntariado.
- **Planificar las actividades por territorio de forma anual, incluyendo siempre acciones puntuales y continuas, tanto en el ámbito técnico-educativo como asistencial y de ocio inclusivo,** estableciendo acuerdos con entidades sociales locales.
- Desarrollar un **programa de voluntariado local para cada territorio,** en coordinación con las principales entidades de voluntariado, para

contribuir a los retos sociales más urgentes en cada entorno. En **la Región de Murcia**, en particular, se recomienda el desarrollo de programas dirigidos a mujeres víctimas de violencia de género o a personas con discapacidad, al tratarse de colectivos que presentan una mayor necesidad de apoyo en relación a la media nacional.

- Acercar el Plan de Voluntariado Corporativo a los empleados a través de un evento de sensibilización, como puede ser un **Día del Voluntariado Repsol a nivel global o de cada territorio**. La jornada deberá transmitir a los empleados el respaldo y la apuesta de la Compañía por el voluntariado corporativo, involucrando activamente a los directivos y mandos intermedios para incentivar la participación de sus equipos.

Programas de voluntariado

- Crear un **abanico más amplio de actividades. Incluir, además de los programas actuales, actividades en fines de semana, en familia y en ámbito asistencial**. Es aconsejable introducir actividades de acercamiento al voluntariado y sensibilización social fuera del horario laboral y abrirlas a la participación en familia. Aunque este tipo de actividad pueda considerarse inicialmente menos estratégica, contribuye a dar a conocer la realidad social y el voluntariado; además de que puede acercar a los empleados a programas profesionales y transformadores.
- **Estudiar la posibilidad de incrementar las opciones de voluntariado profesional en el marco de los programas desarrollados en el momento de realización de este estudio.**

Comunicación interna y con los agentes sociales

- Se identifica una **notable predisposición de los agentes sociales a la hora de colaborar con Fundación Repsol y sus voluntarios y voluntarias**.

- Se **recomienda coordinar la comunicación del Plan de Voluntariado Repsol con la comunicación interna del Complejo Industrial** de Cartagena, para llegar también a las personas que no están registradas al portal de voluntariado.
- Revisar las comunicaciones sobre los programas de voluntariado. Explicar de forma más exhaustiva los requisitos, las funciones del voluntario y el impacto esperado.
- Organizar charlas en las que los voluntarios puedan contar su experiencia y dar a conocer la labor de Fundación Repsol y de los Voluntarios/as Repsol a todos los empleados a nivel global y no solo local.



www.fundacionrepsol.com